

Міфологізація та образ жінки у дискурсах масової культури постмодерну

Наталія Новокшоновна, Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Інтелектуальний контекст початку ХХІ ст., визначивши нові теми й предмети досліджень, *de facto* стирає межі між високою й низькою культурою, приділяючи особливу увагу масовій культурі як феномену, який постає засобом пошуку «відволікань» у реальному світі. У найширшому проблемному полі постмодернізму масова культура репрезентує те, як звичайна людина позначає себе як індивід у темпоральних і локальних вимірах. Коли сучасна культура репрезентує жінку в мейнстрімі засобів масової інформації, вона «за визначенням» постає головним об'єктом створення певних міфологем, як правило, пов'язаних з цілями консюмеризму. Важливо те, що створена в уяві ілюзорна реальність спотворює наявну «картину світу», у якій жіночність, як і раніше, найчастіше подається як біологічна властивість. Тому метою нашої роботи є міждисциплінарний аналіз проблеми гендерної міфологізації у філософії й культурі постмодерну. Вищезначене показує необхідність використання принципів системного аналізу з акцентом на герменевтичній інтерпретації текстів масової культури. Необхідно наголосити, що фемінінність і тілесність у своєму поєднанні займають особливе місце в культурі постмодерну; останнє яскраво репрезентується в усіх жанрах масової культури: як у серіалах Netflix, HBO, NBC, MTV, так і на широких екранах, що, безумовно, свідчить про феномен безпрецедентної візуалізації, яка використовується в різних жанрах масової культури. Припускаючи, що «героїня» масової культури початку ХХІ ст. – це артефакт, автори «артефактів» фемінінності, як і раніше, використовують домінантні міфологеми патріархатної культури, безумовно, із зазначенням певних змін. Тому для появи нової динаміки щодо міфологізації фемінінності важливо позбавити жіночність від страху патріархатної маскулінності. Сьогодні це завдання вирішується в мистецькому полі масової культури, на її найвищому рівні репрезентації гендерних міфів та міфологем (К. Баклі, А. Монро, М. Етвуд, Л. Моріарті та ін.).

Ключові слова: *гендер, міфологеми, візуалізація, консюмеризм, ідеологія, висока культура*

Mythologization of the woman and her image in the discourses of postmodern mass culture

Nataliia Novokshonova, Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan

The intellectual context of the early 21st century, defining new topics and subjects of research, is *de facto* blurring the boundaries between high and low culture, emphasizing mass culture as a phenomenon that appears to be a means of seeking distractions in the real world. In the problematic field of postmodernism, mass culture represents how an ordinary person describes himself/herself as an individual in temporal and local dimensions. When contemporary culture represents a woman in the mainstream media, a woman is by definition the primary object of creating mythologemes, usually related to the goals of consumerism. Of great importance is that the illusory world created in the imagination deforms the existing world view in which femininity is still more often represented as a biological quality. The goal of the paper is an interdisciplinary analysis of the issues of gender mythologization in postmodern philosophy and culture. The above-mentioned demonstrates the need for applying the principles of systematic analysis with a focus on hermeneutical interpretation of texts of mass culture. It should be stressed that femininity and embodiment in their combination hold a specific place in the postmodern culture; the latter is vividly represented in all genres of mass culture: both in television shows and series (Netflix, HBO, NBC, MTV) and on the wide screen. This goes to prove the phenomenon of unprecedented visualization used in different genres of mass culture. On the presumption that the heroine of mass culture in the early 21st century is an artifact, the authors of feminine artifacts are continuing to use the dominant myths of patriarchal

culture, with certain changes. Therefore for the emergence of new dynamics in the mythologization of femininity, it is important to disburden women of the fear of patriarchal masculinity. Today this problem is solved in the artistic field of mass culture in its highest echelon of gender myths and mythologemes (C. Buckley, A. Monro, M. Atwood, L. Moriarty et al.).

Keywords: *gender, mythologeme, visualization, consumerism, ideology, high culture*

Мифологизация и образ женщины в дискурсах массовой культуры постмодерна

Наталья Новокшинова, Днепровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна

Интеллектуальный контекст начала XXI в., определив новые темы и предметы исследований, de facto стирает границы между высокой и низкой культурой, уделяя особое внимание массовой культуре как феномену, который возникает средством поиска «отвлечений» в реальном мире. В широком проблемном поле постмодернизма массовая культура представляет то, как обычный человек обозначает себя как индивид в темпоральных и локальных измерениях. Когда современная культура представляет женщину в мейнстриме средств массовой информации, она «по определению» предстает главным объектом создания определенных мифологем, как правило, связанных с целями консюмеризма. Важно то, что созданная в воображении иллюзорная реальность искажает существующую «картину мира», в которой женственность, как и раньше, чаще всего подается как биологическое свойство. Поэтому целью нашей работы является междисциплинарный анализ проблемы гендерной мифологизации в философии и культуре постмодерна. Вышеуказанное показывает необходимость использования принципов системного анализа с акцентом на герменевтической интерпретации текстов массовой культуры. Необходимо отметить, что фемининность и телесность в своем сочетании занимают особое место в культуре постмодерна; последнее ярко представляется во всех жанрах массовой культуры: как в сериалах Netflix, HBO, NBC, MTV, так и на широких экранах, что, безусловно, свидетельствует о феномене беспрецедентной визуализации, которая используется в различных жанрах массовой культуры. Предполагая, что «героиня» массовой культуры начала XXI века. – это артефакт, авторы «артефактов» фемининности, как и раньше, используют доминантные мифологемы патриархатной культуры, безусловно, с указанием определенных изменений. Поэтому для появления новой динамики по мифологизации фемининности важно избавить женственность от страха патриархатной маскулинности. Сегодня эта задача решается в художественном поле массовой культуры, на ее высоком уровне репрезентации гендерных мифов и мифологем (К. Бакли, А. Монро, М. Этвуд, Л. Мориарти и др.)

Ключевые слова: *гендер, мифологемы, визуализация, консюмеризм, идеология, высокая культура*

Вступ.

Безпрецедентне піднесення ролі масової культури в постмодерні – явище визнане й широко обговорюване. У розумінні індивіда-споживача «продукту» в суспільстві консюмеризму в найширшому сенсі цього слова – масова культура розглядається як культура, яка «розважає» найширші маси людей, спрямовуючи їх у бік загальних референтів і референцій. Продукт масової культури – серіали (Netflix, HBO, NBC, MTV), детективи й «жіночі» романи, веб-сайти й глянцеви журнали, таблоїди знаменитостей і спортивне радіо, online-трансляції й комп'ютерні ігри,

упевнено займаючи місце високої культури – арт-хаусного кінематографа, серйозної літератури, класичної музики тощо, не просто допускає свого споживача до деякого прийнятного культурного рівня: як правило, багато популярних телесеріалів і бестселерів книжкового світу порушують теми і проблеми, які до недавнього часу були прерогативами винятково високої культури. Таким чином, межа між високою і низькою культурою в постмодерні певним чином стирається. Однак загалом споживач продукту культури завжди розуміє, з чим саме він/вона має справу, і тут головним критерієм є саме «масовість», тобто з

позиції дефініції коректніше використовувати термін не «рор»-культура, а масова культура.

Масова культура як феномен, який визначається в середині минулого століття відомим ученим Бенджаміном Гарді у термінах пошуків «відволікань» у світі реальності (Benjamin, 1969, p. 217–252), у нашій дні трансформується в іншому напрямку, оскільки така версія «рор»-культури все ж таки потребує концентрації, яка, на думку ідеологів постмодерну, повинна залишитися у сфері високої культури, яка, як і раніше, є інструментом інформації, духовного збагачення й життєвої наснаги. У найширшому полі постмодерну сьогодні масова культура репрезентує те, як ми розуміємо час і місце, в яких ми живемо, як ми позначаємо себе як індивіда в наших темпоральних і локальних вимірах.

Коли ми дивимося на світ і себе в цьому світі – індивідуально або колективно, – ми використовуємо «лінзи» масової культури. Як і «лінзи гендеру», вони створюють механізми, за допомогою яких формується когнітивна система мислення людини – чоловіка і жінки (Бэм, 2004).

Коли масова культура репрезентує жінку в мейнстрімі засобів масової інформації, результат, як правило, завжди пов'язаний з комерційними цілями: жінка «за визначенням» вважається головним об'єктом консюмеризму; до того ж, як пише Е. Зайслер, «рор»-культура, її наративи й дискурси – це завжди «про комерцію», у цьому головний конфлікт масової культури та фемінізму (Zeisler, 2009, p. 15). Останнє вимагає створення певних міфологем – свідомого запозичення постмодерном текстів з класичних міфів про жінку, певних міфологічних мотивів. Тут важливо те, що в питаннях статі та гендеру міфологічна знакова система має надзвичайно сильний вплив на всю історію розвитку цивілізацій. Як будь-яка ідеологія, міфологічне сприйняття непомітно вплітається в наше життя, впливаючи на нашу уяву, смаки, мотивації. Створена в уяві ілюзорна реальність спотворює наявну «картину світу». І тут абсолютно очевидно, що найвпливовіший міф у культурі людства – це міф про мужність і жіночність. Соціальний образ жінки в постмодерні, безперечно, оцінюється за зміненими в останні десяти-

ліття критеріям, проте, як і раніше, жіночність частіше репрезентується як біологічна якість, що підкреслюється й посилюється за допомогою засобів культури; таким чином ми знову констатуємо різницю «між мораллю і природою». Як пише Ж. Дельоз, «усі елементи моралі дані природно, але утворювати моральний світ вони самі по собі безсилі» (Делез, 2001, с. 31).

Таким чином, моральні концепти в постмодерні з їх принциповою відмовою від філософських абсолютів, скептицизмом стосовно ідей Просвітництва та його метанаративів, науковим релятивізмом і герменевтичною інтерпретацією створюють велике й благодатне поле для міфології загалом і міфів про жінку зокрема.

Мета та завдання роботи.

Оскільки сама «основа» концептів у постмодернізмі постійно змінюється, дослідження проблемної сфери міфології та гендеру в дискурсах і наративах масової культури постмодерну вважається важливим та актуальним завданням у міждисциплінарному ключі сучасної гуманітарної науки. Тому метою цієї роботи є міждисциплінарний аналіз проблеми гендерної міфологізації в західноєвропейській філософії та культурі постмодерну.

Огляд досліджень і публікацій за темою статті.

Хоча сьогодні тема образу жінки в культурі висвітлюється в значній кількості досліджень, більшість з них здійснювалися (і здійснюються) у межах загальної політичної теорії так званої «феміністської» філософії. У результаті феміністським аргументам у міждисциплінарному полі культури постмодерну приділяється, як показує огляд останніх публікацій, явно недостатньо уваги. При цьому аналіз феномену масової культури ілюструє постійно зростаючий масив наукової літератури, представлений як зарубіжними, так і вітчизняними філософами, культурологами, літературознавцями, критиками в галузі мас-медіа, постсучасного мистецтва тощо. Різні види масової культури досліджувались і сьогодні обґрунтовуються такими вітчизняними науковцями, як Т. І. Власова, Л. Г. Дротянко, М. М. Мельничук, С. Гулевський, Т. В. Прищепа, О. В. Петрунко, Т. Г. Кохан, М. І. Жабський, І. Ю. Перченко, С. Т. Махліна, Н. В. Зборовська, О. Б. Сінкевич, Ж. З. Денисюк, Н. Д. Міщенко, О. Косюк та інші.

Так, Т. І. Власова наголошує на тому, що саме «...постмодерн, акцентуючи фундаментальну трансформацію відносин людини зі світом, головним чином, у результаті впливу символічних систем культури масмедіа, демонструє абсолютну плюралістичність і відмову від будь-яких об'єднуючих принципів або крос-культурної екстраполяції...» (Власова, 2016, с. 17). Дослідниця підкреслює: «...засоби масової інформації здатні унікально змінювати уявлення і стереотипи гендерної реальності в соціумі». Саме вони займають вагоме місце в наративі гендерної соціалізації в епоху постмодерну. Відома фраза постмодерну «не треба розказувати, а краще покажіть» у час сучасних цифрових технологій відбивається в усіх видах масової культури. Розгортаючи цю думку, Л. Г. Дротянко наголошує, що саме масова культура перетворюється на індустрію розваг, додаючи, що «...оскільки її продукція зникає у споживчому морі, то вона мусить пропонувати все нові й нові вироби...» (Дротянко, 2017, с. 7). Тобто масова культура безпосередньо пов'язана з масовою свідомістю й ідеологією в певному суспільстві.

Досліджуючи вплив міфологізації на розвиток масової свідомості, Д. В. Усов стверджує, що поведінку масової людини можна витлумачувати не просто як абстрактне «нижче», нерозвинене, молекулярне, але і як відродження або зберігання архаїчних тенденцій та структур міфологічної свідомості. Вчений доводить, що сама ж масовість інтерпретується вже не в термінах прориву життя, формуванням однакових стандартів поведінки, споживання. Масовість, на думку Д. В. Усова, визначається існуючим порядком, більше того, порядком, що посягає на тотальність як експансію однієї структури за відсутності перспектив (Усов, 2002). В українській науці М. М. Мельничук аналізує науково-фантастичні фільми та їх вплив на особистість. Саме кіномистецтво, за твердженням ученої, «здатне впливати на духовну організацію особистості, визначати її систему цінностей і формувати світогляд» (Мельничук, 2016, с. 175). С. Гулевський, аналізуючи те саме проблемне поле, досліджує вплив телесеріалів на формування таких характеристик людини, як жіночність і мужність. На думку цього дослідника, режисери створювали образи в телесеріалах,

враховуючи соціокультурні зумовленості настроїв та преференцій глядачів. Дослідник пише: «...Моделювання ладу бажань, створення прототипів чоловічої та жіночої міфології, якої неможливо уникнути в процесі ідентифікації особистості, а також впровадження образів та стереотипів жіночності та мужності – такими є найважливіші функції у технологіях гендеру. Візуальні репрезентації та наративи часто маскують явища, для виявлення яких необхідний спеціальний аналіз як мови репрезентації, так і соціокультурних механізмів, що діють у суспільстві» (Гулевський, 2015, с. 156–157).

Відома українська філософія-дослідниця Н. В. Зборовська, розглядаючи літературні тексти у феміністському ключі, визначає, що вони «...подають певний образ світу, а тому мають ідеологічні наслідки. Масова література, виникаючи в лоні масової культури, постає як арена динамічної боротьби певних владних структур, котрі воюють за створення колективного розуміння, яким має бути світ» (Зборовська, 2007, с. 3). Підкреслюючи інтерпретативну функцію міфу, Т. Г. Кохан вважає, що у мистецтві репрезентуються фантазія й уява: «Міф, з одного боку, виявлявся об'єктом інтерпретації у різних видах мистецтва, виконуючи такі важливі функції, як пізнавальна, виховна, морально-етична, емоційна, комунікативна та ін., а з другого, – стимулював процес художньої творчості». Автор аналізує «міф як транскультурний феномен, і міф як об'єкт інтерпретацій» (Кохан, 2018, с. 46–47). Важлива тема візуалізації в телебаченні представлена Мухамедом Наїмом, який присвятив свою дисертацію телебаченню в контексті глобалізації культури. Його дослідження полягають у вивченні специфіки телебачення в соціокультурному аспекті, а також його впливу на культурно-інформаційний простір, що безпосередньо пов'язано з виявленням ролі нових інформаційних технологій у житті сучасного суспільства, їх впливу на культуру й масову свідомість у світі, що глобалізується. Вчений стверджує, що масова культура протистоїть високій культурі, коли образи, які були нею створені, призначалися для того, щоб пробудити думку, почуття, співпереживання у споживача продукту (Наим, 2003).

Звертаючись власне до мистецтва у проблемному полі міфології, дослідники, як правило, акцептуалізують феномен візуалізації у постсучасній культурі. Н. Зурбруг підкреслює посилення значення «мультимедійних актів» у розширеній сфері «імперіалізму мови», інтенсивне включення невербальних (музичних або візуальних, тілесних або просторових) феноменів у сучасну масову культуру (Zurbugg, 2005, р. 25). Загалом саме Ф. Джеймсон, видатний теоретик постмодернізму, увів у теорію ідею про абсолютно нові «постмонументальні» якості відеомистецтва й медіакультури в постмодерні (Janeson, 2009). Безперечно, у сучасній критиці, як і раніше, приділяється значна увага міфу в літературі. Новим є те, що міф аналізується відповідно до певної методології в компаративному ключі літератури, міфології, релігії й теорій модерну та постмодерну (Smith, 2012). Таким чином, учені, як правило, акцентують думку про те, що ми повинні чітко уявляти, про що саме ми пишемо або говоримо, коли досліджуємо феномен масової культури, про які саме міфологеми або архетипні міфи йде мова, коли ми аналізуємо взаємозв'язок і взаємовплив міфологій і засобів масової культури.

Методологія дослідження. Оскільки в цій статті предмет аналізу – широке поле культурального тексту, автор роботи спирається насамперед на методи деконструкції. З іншого боку, предметом дослідження є культуральні міфи й міфологеми фемінінності, аналіз яких неможливий поза принципами історико-філософського порядку. У цьому випадку особливо важливою стає проблема інтерпретації тексту (у широкому сенсі, прийнятому в постмодернізмі). Коментатори міфологій – теоретики та практики, – як правило, згодні з двома положеннями: людська природа чоловіків і жінок різна, жіночі й чоловічі якості не мають однакового значення в культурі й у соціумі. У цьому зв'язку для нас виникає таке питання: у чому саме полягає відмінність жіночності від мужності, які репрезентовані в міфологіях масової культури? Тому методологія дослідження може бути також визначена як така, яка містить феміністські підходи. З останнім пов'язане використання нами характерної особливості феміністської методології – її міждисциплінарний ха-

рактер. Виявляючи специфіку фемінінності, представлену у міфах і міфологемах, автор роботи вважає, що її осмислення може бути адекватним у тому випадку, якщо вона розглядається в загальному контексті культури як компонента реального історичного процесу. Звідси – важливість порівняльно-історичної методології в запропонованій роботі. Усе вищезначене показує необхідність використання принципів системного аналізу з акцентуалізацією уваги на особливостях рефлексивного відображення фемінінного в концепціях теоретиків міфології та її репрезентаціях у «текстах» масової культури.

Результати. Інтелектуальний контекст кінця ХХ – початку ХХІ ст., постмодернізм загалом і феміністська філософія зокрема заявили нові теми й предмети досліджень, звернувши особливу увагу на недостатню представленість жінок у культурі, літературі, історії. Безперечно, в основу важливих наукових тверджень, які поставили під сумнів поділ на гідну вивчення публічну сферу й приватну сферу як галузь «малої історії» й «жіночої літератури», лягла теорія гендеру як влади – у царині суспільства і держави. У гендерних дослідженнях на пострадянському просторі, починаючи з 90-х років минулого століття (на Заході – із 70-х), влада стає ключовою проблемою в аналізі гендерних відносин (Ксенофонтowa, 2008, с. 9–18). І тут, без сумніву, особливу роль зіграв власне постмодернізм, у «постпарадигмальних» вимірах якого особливого значення набувають зміни духовних і культурних цінностей, наративів, стереотипів, мотивів, відносин, які впливають на самоідентифікацію індивіда – чоловіка й жінки в епоху постсучасності. Дослідники гендеру з упевненістю заявляють: немає метафізичних або онтологічних пріоритетів, з позицій яких диктувалася б ідеологія гендеру (Chanter, 2006, р. 5). По суті, ідеологічні гендерні конструкти, виникнувши й набравши сили, набувають статусу закону і *de facto* розглядаються як природні й тілесні. Процес «натуралізації» підтверджує інтереси домінуючих груп: стаття наділяється певним концептуальним значенням, яке витягається з ідеологічної інтерпретації того, якою вона «має бути». І тут набуває особливого значення взаємодія таких важливих у постмодернізмі теоретичних питань, як дискурс, наратив та інтерпретація.

Як стверджують теоретики, дискурс («мова, занурена в життя») існує у вигляді історії, розповіді, наративу. Зі свого боку, історії створюють і підтримують реальність. У постмодернізмі зберігається концепт «домінуючої» або «переважної» історії, що свідчить про владу наративів. М. Фуко пише, що ті, хто конструюють дискурс, контролюють знання і, відповідно, мають владу, оскільки формують актуальне поле нашого життя (Фуко, 2004). Однак проблема в тому, що «історія» як безліч наративів, культура і гендер нерозривно пов'язані: усі наративи, по суті, є гендерними «історіями», стверджує Г. Уілер (Уілер, 2011, с. 424). Гендерна належність динамічно присутня в будь-якому культуральному сенсі. Це свого роду «культуральний конструкт», який створювався – і створюється – різними «архітекторами» і, що не менш важливо, інтерпретується в постмодерністській герменевтиці відповідно до ідеологічної акцентуалізації, індивідуалізації, плюралізму та загального релятивізму постмодерністських інтерпретаторів (Vlasova, Martseniuk, 2019, pp. 99–105). Інтерпретативна сутність герменевтики, набуваючи якості однієї з основних характеристик постмодернізму, у свою чергу, утворює певну рефлексію, як зазначає Е. Гуссерль, «мінливу рефлексію»: «... різноманіття можливих напрямків погляду сутнісно належить до різноманіття сполучених один з одним і фундованих один в одному інтенціонально, і якщо ми десь виявляємо аналогічні фундування ... оголошуються аналогічні можливості мінливої рефлексії» (Гуссерль, 2009, с. 325).

Говорячи про можливість функціонування нехудожніх текстів як художніх, Ю. М. Лотман зауважує, що найчастіше текст, який письменник створює як нехудожній, читач сприймає естетично, наприклад, сучасна інтертекстуальність з її включенням у сучасний роман релігійних, історичних та інших сакральних текстів. При цьому дослідник підкреслює, що мистецтво ХХ ст. принципово дозволяє включення у газетний текст (тобто в текст маскультури) поезії тощо, таким чином використовуючи нехудожні тексти як художні (Лотман, 2010). Для нас дуже важливо, що звідси випливає найважливіша властивість культури як відкритої, нестійкої системи.

За твердженням Ф. де Соссюра, Р. Барта

та К. Леві-Строса, структуральний «make-up» міфу трансформує усталені знання відповідно до домінуючого культурного коду. Р. Барт у своїх семіологічних дослідженнях міфу виявляє, що рівні репрезентації в міфі створюють значення. Міф будується на денотативному рівні першого порядку мови, а за допомогою конотативного процесу створюється рівень другого порядку. Однак, на думку М. Панек, який рухається в руслі міркувань М. Турнієра, конотативний процес не закінчується на цьому другому рівні, цей семіологічний процес триває на третьому рівні, який, у свою чергу, реконтекстуалізує міф. Здатність міфу репрезентувати історичні корені суспільства допомагає виконанню декількох функцій, продовжує М. Панек, найважливіша з яких – можливість «просвітити» нас у власному розумінні сучасної реальності. Універсальна природа міфу корениться в його глибоко архетипічних характеристиках, що дозволяють йому апелювати до психічної структури, психологічного характеру людини. До того ж ми повинні розуміти, що міф – це дискурс, система, яка функціонує відповідно до дуже специфічних рис, як стверджують К. Леві-Строс та Р. Барт. Останній акцентує думку про те, що існують досить специфічні кореляції між структуральним «складом» тексту й реальністю, яку він передає (Panek, 2012, р. 3). М. Еліаде доводить, що деякі аспекти й функції міфологічного мислення становлять важливу складову «самої людської істоти» (Еліаде, 2010, с. 180). Розглядаючи певні аспекти сучасних міфологій, відомий теоретик звертає увагу на те, як міфологічні структури нав'язуються публіці засобами масової інформації. Варто згадати, що великий М. Еліаде, особливо відзначаючи роль і місце епосу, пов'язаного з міфологією і міфологічною поведінкою, задає питання: «... зникне коли-небудь це бажання вийти за межі свого часу, історичного і особистого, й зануритися в час «чужий», епентетичний або уявний» (Еліаде, 2010, с. 189).

У контексті нашої роботи ця думка М. Еліаде виводить на досить специфічний і надзвичайно популярний жанр масової культури – фентезі, представлений як у літературі, так і в серіалах, що базуються на літературних фентезі. Як приклад, насамперед, репрезентується телесеріал «Гра

престолів» (2011–2019), знятий для НВО Д. Беніоффом і Д. Б. Вайссом. Це один з наймасштабніших проєктів сучасного кінематографу, який твердо займає верхні позиції в найпрестижніших рейтингах усі останні роки. Коротко торкаючись жіночих образів «Гри престолів», ми не можемо не помітити, що героїня вигаданого світу серіалу, що нагадує Середньовічну Європу, – це, як правило, і сакральна постать, і «просто» жінка. Такими постають і цілителька Таліса, і «здиравілі» Ігрітт і Ліллі, і «східна принцеса» Дейнеріс, і «червона жриця» Мелісандра, і войовниця Брієнна, і рабиня-перекладачка Міссандея. (Цікаво, що в деяких випадках їхня професійна ідентифікація поєднується з гендерною). Традиційна міфічна «розпусність» жінки втілюється в образі однієї з головних героїнь Серсеї, що відображається в кровозмісному зв'язку зі своїм братом-близнюком. Таким чином, очевидно, що прообрази героїнь «Гри престолів» досить легко декодуються в міфології сюжету телесеріалу, проте в більшості випадків це не узагальнений образ того чи іншого міфу, це героїня, що стоїть «між світами», у конкретній наративній традиції жанру фентезі постмодернізму. Окремі образи, хоча й «мультиплікаційні», виявляються яскравими й несхожими один на одного, точніше, не схожими на свої «прообрази», представлені у відомих міфах, тобто в телесеріалі створюється якесь особливе ставлення до таких образів, до їх фемінінності загалом.

Необхідно підкреслити: фемінінність і тілесність у своєму поєднанні займають особливе місце в культурі постмодерну. Т. І. Власова наголошує: «оскільки в постмодерні тіло – джерело і чарівності, і відрази (Ю. Кристева), і досконалості, і маніпуляції (Т. де Лауретис), і руйнування, і відновлення (К. ді Стефано), тіло і тілесність є ключовими мотивами не тільки в філософії і «високому» мистецтві, але і в наративах масової культури: кіно, поп-літератури, інтернет-ресурси і т. д. З іншого боку, сучасна медицина, яка зробила величезний внесок у розвиток концепту «невизначеного тіла» продовжує удосконалювати свої технології; з кожним роком тіло людини – чоловіка і жінки – стає все більш «невизначеним» і з точки зору статі, і з точки зору віку, і з точки зору стандартів фізичної краси...» (Власова,

2018, с. 25–28). Що впливає на стандарти фізичної краси? Насамперед, це соціальні мережі. Поширення вигаданих образів значно впливає на формування сучасної української свідомості. Окрім цього, зміст глянцевого журналу є пропагандою гламурного життя. Гламурні гляцеві журнали й соцмережі наповнені сучасними міфами й про чудодійні маски для покращення молодості, і про вдалі шлюби «попелюшок», про екзотичні країни тощо. Тому, як нам здається, варто зупинитись на трансформації міфу про Попелюшку в сучасній поп-культурі.

Попелюшка – казкова героїня з добрим серцем, яка вийшла заміж за принца. Існує думка, що будь-яка дівчинка мріє з дитинства знайти свого «принца» і вийти за нього заміж. Стара, як світ, жіноча мрія про «принца», який увірветься в безрадісне життя й наповнить його щастям та розкішшю, здійснена в сотнях фільмів, але саме фільм «Красуня» став еталоном романтичних комедій, касовим кінохітом і вже культовою казкою про кохання. Безперечно, перше, на що звертають увагу багато коментаторів, це ті зміни, які зазнає міф про Попелюшку у фільмі «Красуня» (Pretty Woman), знятому в 1990 р. режисером Гаррі Маршаллом. Цікаво, що в образі головної героїні Вів'єн саме «картинка» – її «вбрання» в кардинальних змінах – відіграє одну з ключових ролей. Радикальні зміни в героїні глядач усвідомлює насамперед візуально: вона стає «справжньою леді» в розкішному вечірньому вбранні, у діамантах, які (не зовсім зрозуміло чому) повністю змінюють її манери, включаючи її мову, манеру говорити й соціалізуватися. Ці зміни змушують близьку подругу «Красуні» згадати Попелюшку: принци одружуються не просто «на звичайних дівчатах», але й на повіях також, тим більше в Голлівуді.

Романтична історія з неабиякою часткою відвертості в сексуальних сценах, можливо, не стала б настільки знаменною в трансформації міфологеми Попелюшки, якби не була позбавлена біфуркації. Багато класичних творів літератури містять цей хід, коли процеси «коливання» (флуктуації) призводять до різкого перелому в розвитку сюжету. Історія, на наш погляд, полягає не у феномені щирого, всепоглинаючого кохання мільярдера до повії, а в тому, що ця повія, спочатку позначивши свою «ціну», абсолют-

но несподівано відмовляється бути утриманкою «принца»-мільярдера. Вона раптом вирішує приміряти, як весільну сукню, роль «чистої невинної нареченої». Їй мало нового контракту з досить значною цифрою, що перевищує всі наявні припущення про оплату її професійних послуг, вона хоче, щоб герой Річарда Гіра перейшов до ролі «лицаря в блискучих обладунках», який зобов'язаний завоювати її серце, – і жодним чином інакше. У результаті героїня (у чудовому виконанні Джулії Робертс) виграє свою «ділову сутичку» з досвідченим фінансовим магнатом, який не тільки переосмислює життєві цінності, а й визнає трансформації Вів'єн як незаперечний факт. На наш погляд, йому слід було б, передусім, визнати безперечну ділову здатність Вів'єн, її залізну волю справжньої «акули» Волл-Стріт і як *de facto* свою «ділову» поразку. Саме ця кульмінація змінює значною мірою основну архетипічну структуру міфу про Попелюшку.

Ще один яскравий приклад трансформації міфологеми Попелюшки, на наш погляд, репрезентує книга Т. Веденської «Утриманки» і телесеріал К. Богомоллова з ідентичною назвою (2019–2020). Попелюшка у творі Т. Веденської максимально цинічна, розважлива й меркантильна: її мета – елітна квартира, машина, спра-салони, дорогі коштовності, фітнес-зали, солярії, хатня робітниця й прибиральниця (Веденская, 2013).

Телесеріал режисера К. Богомоллова «Утриманки» – про великі гроші, гарних жінок і заможних чоловіків, світські раути й небезпечні інтриги. Тут гарні й не дуже гарні дівчата мріють потрапити у світ гламуру, коштовностей, а головна світська сваха міста спритно прилаштовує їх у «надійні руки». Їхня доля залежить тільки від їх сексуальних якостей, беззаперечно, з неабиякою часткою «природного» жіночого інтригантства й безпринципності. В українському телесеріалі «Папик» (2020), який нещодавно вийшов на екрани, теж розповідається про «Попелюшку», яка шукає саме «папіка», що буде її утримувати. Тому доведеного до відчаю пенсіонера, який вирішив провести останню частину свого життя з «шиком», вона сприймає як успішного мільйонера-бізнесмена. Отже, історія про Попелюшку в самій своїй основі глибоко міфологічна: усі жінки продажні, відрізняється тільки «ціна», що, врешті-решт,

призводить до сліпого наслідування нав'язаних масовою культурою стереотипів, які вважаються модними й популярними.

Висновки.

Категорія статі сама собою конструюється за допомогою історично специфічного способу сексуальності, вироблення певного режиму сексуальності, який, як правило, користується культуральними міфологемами, що лежать в основі когнітивної системи мислення людини – чоловіка й жінки. Як і будь-яка ідеологія, міфологічне сприйняття, непомітно вплетене в наше життя, впливає на наше уявлення, смаки, мотивації. Останнє набуває особливої важливості в контексті масової культури початку ХХІ ст.: моральні контексти в постмодерні з їх принципово відмовою від традиційних філософських абсолютів, скептицизмом стосовно метанаративів Просвітництва, науковим релятивізмом і герменевтичною інтерпретацією створюють велике й благодатне поле для міфології загалом й міфів про жінку зокрема. Безперечно, у сучасній українській науці, як і раніше, приділяється значна увага міфу в літературі (Н. В. Зборовська, Т. І. Власова, В. Агеева, О. Кись та ін.), але останніми роками у фокусі уваги дослідників усе частіше виявляються медіакультура, відеомистецтво, телесеріали й художні фільми (М. Наїм, М. М. Мельничук, Л. Г. Дротянко, Т. Г. Кохан та ін.). І тут, без сумніву, важливу роль зіграв власне постмодернізм, у постпарадигмальному вимірі якого особливого значення набувають зміни духовних і культурних цінностей. Проблема також у тому, що «історія» як наратив, культура і гендер нерозривно пов'язані, гендерна належність динамічно присутня в будь-якому культуральному сенсі. З одного боку, значне піднесення ролі сексуальності, яке є сьогодні причиною (можливо, і навпаки – наслідком) безпрецедентного значення як самого фактора гендера, так і кількості гендерів, є фактом фундаментальних змін наших днів. З іншого боку, як показують наведені вище приклади, у масовій культурі, як і раніше, домінують традиційні міфологеми гендеру, безумовно, зазнаючи певних змін («Pretty Woman», «Утриманки» та ін.). Останніми десятиліттями особливої актуальності набуває зображення жіночності, особливо таких її міфологем, як «свята», «блудниця»,

«фатальна жінка» тощо. Цю лінію продовжують багато письменників і вчених нашого часу, незважаючи на ті кардинальні зміни, які додало наше століття в природу жіночого буття. Припускаючи, що «Богиня культури» консюмеризму початку ХХІ ст. – це артефакт, учені аналізують, як вона була створена, у чому полягає «виробництво» її душі. Безумовно, не варто намагатися заперечувати, що емоційний вплив – любові чи ненависті – являє собою потужний стимул у міфологізації культуральних стереотипів, що жінка – Богиня, Мадонна, Прекрасна Дама, або, з іншого боку, диявол у плоті – завжди виявлялася збудником тієї чи іншої дії. Такий погляд на жінку закономірно впливає з того факту, що в культурі жінка

завжди була – і є – «Іншим», завжди розглядалася і розглядається з позиції об'єкта, у діапазоні «речі» (М. Бахтін). Тому для появи нової динаміки щодо міфологізації фемінінності вкрай важливо позбавити фемінінність від страху патріархатної маскулінності. Якщо в минулому столітті цю місію брали на себе представниці «високої культури» – С. де Бовуар, В. Вульф та інші, то сьогодні вона виявляється в мистецькому полі масової культури, на верхньому рівні таланту: романи К. Баклі, А. Монро, М. Етвуд, Л. Моріарті та інших письменників і письменниць. Вони створюють, безумовно, поп-літературу, проте дуже високої якості, що містить у собі й розвиває багато ключових тем і міфологем «високої» літератури світових стандартів.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Бэм С. Л. Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. Москва : РОССПЭН, 2004. 336 с.
- Веденская Т. Содержанки. Москва : Эксмо, 2013. 290 с.
- Власова Т. І. Дискурсивність тела и телесности в философии и культуре постмодерна. *Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю до 95-річчя Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького (20-21 квітня 2018 р.)* / за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. Р. Олексенка. Мелітополь : Вид-во МДПУ ім. Богдана Хмельницького, 2018. 198 с.
- Власова Т. І. Культура VS культуралізм в дискурсах і практиках постмодерна. *Науково-теоретичний часопис / Мелітопольський держ. пед. ун-т ім. Богдана Хмельницького*. 2016. 1(7). С.16–20.
- Гулевський С. Соціокультурна зумовленість репрезентації жіночості та мужності у телесеріалах. *Проблеми гуманітарних наук. Серія: «Філософія»*. 2015. Вип. 35. С.155–165.
- Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Москва : Академический Проект, 2009. 489 с.
- Делез Ж. Эмпиризм и субъективность. Критическая философия Канта. Бергсонизм. Спиноза. Москва : ПЕР СЭ, 2001. 480 с.
- Дротянко Л. Г. Масова культура і масова свідомість в умовах глобалізації. *Вісник НАУ. Серія: «Філософія. Культурологія»*. 2013. № 1 (17). С. 5–10.
- Зборовська Н. В. Сучасна масова література в Україні як загальнокультурна проблема. *Слово і Час*. 2007. № 6. С. 3–8.
- Кохан Т. Г. Міфічні сюжети: досвід кіноінтерпретації. *Культурологічна думка*. 2018. № 14. С. 46–51.
- Ксенофонт Н. А. Власть как центральный вопрос во взаимоотношении полов и в гендерных исследованиях. *Гендер и власть: семья, общество, государство*. Москва : Ин-т Африки РАН, 2008. С. 9–18.
- Лотман Ю. М. Чему учатся люди. Статьи и заметки. Москва : Центр книги ВГБИЛ им. М. И. Рудомино, 2010. 416 с.
- Мельничук М. М. Науково-фантастичні фільми і самопізнання особистості. *Психологія і особистість*. 2016. № 2 (10) Ч. 2. С.175–188.
- Мухамед Наим. Телевидение в контексте глобализации культуры : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Москва, 2003. URL: <https://www.disscat.com/content/televidenie-v-kontekste-globalizatsii-kultury> (дата звернення: 01.03.2020).
- Уилер Г. Гештальттерапия постмодерна. Москва : Смысл, 2011. 464 с.
- Усов Д. В. Міфологізація свідомості в сучасному суспільстві : автореф. дис. ... канд. філос. наук. Київ, 2002.
- Фуко М. Археология знания. Санкт-Петербург : ИЦ «Гуманитарная Академия», Университетская книга, 2004. 412 с.
- Элиаде М. Аспекты мифа. Москва : Академический Проект, 2010. 251 с.
- Benjamin W. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. *Illuminations. Essays and deflrction*. New York : Schocken Books, 1969. P. 217–252.
- Chanter T. Gender: Key Concepts in Philosophy. London : Continuum, 2006. 196 p.
- Jameson F. Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism. London, New York : Verso, 2009. 438 p.
- Panek M. The Postmodern Mythology of Michel Tournier. Cambridge University Publishing, 2012. 190 p.

Smith E. L. Thomas Pynchon and the Postmodern Mythology of the Underworld. First printing Edition Peter Lang Inc., 2012. 345 p.

Vlasova T., Martseniuk L. Interpretive subjectivity and gender relativism in the theories of postmodernism. *Міждисциплінарні дослідження складних систем = Interdisciplinary Studies of Complex Systems* : [збірник наукових праць]. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2019. № 14. С. 99–105.

Zeisler A. Feminism and Pop Culture. New York : Seal Studies, 2009. 183 p.

Zurbrugg N. Critical Vices : The Myths of Postmodern Theory. London, New York : Routledge, 2005. 277 p.

REFERENCES

Bem, S. L. (2004). *Linzy gendera. Transformatsiya vzlyadov na problemu neravenstva polov* [Gender lenses. Transformation of views on gender inequality]. Moskva : ROSSPEN [in Russian].

Benjamin, W. (1969). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. Illuminations. Essays and defrction.* (pp. 217–252). New York: Schocken Books.

Chanter, T. (2006). *Gender: Key Concepts in Philosophy*. London: Continuum.

Delez, Zh. (2001). *Empirizm i subektivnost. Kriticheskaya filosofiya Kanta. Bergsonizm. Spinoza* [Empiricism and subjectivity. Kant's critical philosophy. Bergsonism. Spinoza]. Moskva : PYER SE [in Russian].

Drotianko, L. H. (2013). Masova kultura i masova svidomist v umovakh hlobalizatsii [Mass culture and mass consciousness in the conditions of globalization]. Visnyk NAU. Serii: «Filosofia. Kulturolohiia» – Bulletin of NAU. Series: "Philosophy. Cultural Studies", 1 (17), 5–10 [in Ukrainian].

Eliade, M. (2010). *Aspekty mifa* [Aspects of the myth]. Moskva: Akademicheskii Proekt [in Russian].

Fuko, M. (2004). *Arkheologiya znaniya* [Archeology of knowledge]. Sankt-Peterburg: ITs "Gumanitarnaya Akademiya", Universitetskaya kniga [in Russian].

Gusserl, E. (2009). *Idei k chistoy fenomenologii i fenomenologicheskoy filosofii* [Ideas for Pure Phenomenology and Phenomenological Philosophy]. Moskva: Akademicheskii Proekt [in Russian].

Hulevskiy, S. (2015). Sotsiokulturna zumovlenist reprezentatsii zhinochosti ta muzhnosti u teleserialakh [Socio-cultural conditionality of representation of womanhood and manhood in television series]. *Problemy humanitarnykh nauk. Serii: «Filosofia» – Problems of the humanities. Series: Philosophy*, 35, 155–165 [in Ukrainian].

Jameson, F. (2009). *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism*. London, New York.

Kokhan, T. H. (2018). Mifichni siuzhety: dosvid kinointerpretatsii [Mythical Plots: The Experience of Film Interpretation]. *Kulturolohichna dumka – Cultural thought*, 14, 46–51 [in Ukrainian].

Ksenofontova, N. A. (2008). Vlast kak tsentralnyy vopros vo vzaimootnoshenii polov i v gendernykh issledovaniyakh [Power as a central issue in gender relations and gender studies]. *Gender i vlast: semya, obshchestvo, gosudarstvo – Gender and power: family, society, state.* (pp. 9–18). Moskva: In-t Afriki RAN [in Russian].

Lotman, Yu. M. (2010). *Chemu uchatsya lyudi. Stati i zametki* [What people learn. Articles and notes]. Moskva: Tsentr knigi VGBIL im. M. I. Rudomino [in Russian].

Melnichuk, M. M. (2016). Naukovo-fantastichni filmy i samopiznannia osobystosti [Science-fiction movies and self-knowledge of personality]. *Psykholohiia i personality – Psychology and personality*, 2 (10), part 2, 175–188 [in Ukrainian].

Mukhamed, Naim. (2003). *Televidenie v kontekste globalizatsii kultury* [Television in the context of globalization of culture]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moskva. Retrieved from <https://www.dissercat.com/content/televidenie-v-kontekste-globalizatsii-kultury> [in Russian].

Panek, M. (2012). *The Postmodern Mythology of Michel Tournier*. Cambridge University Publishing.

Smith, E. L. (2012). *Thomas Pynchon and the Postmodern Mythology of the Underworld*. First printing Edition Peter Lang Inc.

Uiler, G. (2011). *Geshtaltterapiya postmoderna* [Gestalt therapy of personality]. Moskva: Smysl [in Russian].

Usov, D. V. (2002). Mifolohizatsiia svidomosti v suchasnomu suspilstvi [The mythologization of consciousness in modern society]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].

Vedenskaya, T. (2013). *Soderzhanki* [Kept women]. Moskva: Eksmo [in Russian].

Vlasova, T. & Martseniuk, L. (2019). Interpretive subjectivity and gender relativism in the theories of postmodernism. *Interdisciplinary Studies of Complex Systems*, 14, 99–105.

Vlasova, T. I. (2016). Kultura VS kulturalizm v diskursakh i praktikakh postmoderna [Culture VS Culturalism in the discourses and practices of postmodernism]. *Naukovo-teoretychnyi chasopys – Scientific-theoretical journal*, 1(7), 16–20 [in Russian].

Vlasova, T. I. (2018). Diskursivnost tela i telesnosti v filosofii i kulture postmoderna [Discursiveness of the body and corporeality in the philosophy and culture of postmodernism]. *Vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia z mizhnarodnoi uchashti do 95-richchia Melitopolskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Bohdana Khmelnytskoho (20-21 kvitnia 2018 r.) – All-Ukrainian Scientific and Practical Conference with International Participation to the 95th Anniversary of Bohdan Khmelnytskyi Melitopol State Pedagogical University (April 20-21, 2018)*. R. Oleksenko (Ed.). (pp. 7–11). Melitopol: Vyd-vo MDPU im. Bohdana Khmelnytskoho [in Russian].

Zborovska, N. V. (2007). Suchasna masova literatura v Ukraini yak zahal'nokulturna problema [Contemporary mass literature in Ukraine as a cultural problem]. *Slovo i Chas – Word and Time*, 6, 3–8 [in Ukrainian].

Zeisler, A. (2009). *Feminism and Pop Culture*. New York : Seal Studies.

Zurbrugg, N. (2005). *Critical Vices : The Myths of Postmodern Theory*. London, New York : Routledge.

Новокшонова Наталія

Аспірантка

Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Email: novokshonovanatalia@gmail.com

Novokshonova Nataliia

Ph. D. Student

Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan

ORCID: 0000-0002-0289-1455

Цитування: Новокшонова, Н. (2020) Міфологізація та образ жінки у дискурсах масової культури постмодерну. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 23 (5), 28–38. doi: 10.15421/172050

Citation: Novokshonova, N. (2020). Mifolohizatsiia ta obraz zhinky u dyskursakh masovoi kultury postmodernu [Mythologization of the woman and her image in the discourses of postmodern mass culture]. *Scientific and theoretical almanac «Grani»*, 23 (5), 28–38. doi: 10.15421/172050

Стаття надійшла / Article arrived: 04.07.2020

Схвалено до друку / Accepted: 21.07.2020